

POTENSI MASUKNYA PESAING BARU DAN POTENSI PENGEMBANGAN PRODUK PENGANTI BATIK UKM DI MALANG DAN BATU

Andi Normaladewi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

Email : Andinor13@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menjelaskan dan menganalisis potensi masuknya pesaing baru dan potensi pengembangan produk pengganti batik di Malang. Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, dan persepsi pengusaha batik. Implikasi proses penelitian ini akan menghasilkan temuan penelitian sebagai berikut, **pertama** pelaku UKM batik dihadapkan oleh adanya usaha batik lain yang memproduksi batik printing dan batik celup. Batik printing dan batik celup diproduksi dalam jumlah yang banyak dengan waktu proses yang cepat dan harga yang sangat murah sehingga pengusaha batik tradisional menghadapi persaingan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kualitas batik serta menerapkan strategi harga yang sesuai. **Kedua**, lingkungan industri yang dinamis memicu sebagian pelaku UKM untuk melakukan inovasi sebagai upaya mempertahankan eksistensi dalam dunia batik. **Ketiga**, terjadi pergeseran nilai seni budaya batik, baik dari segi motif, maupun filosofinya karena tuntutan permintaan pasar dan kebutuhan ekonomi.

Kata kunci: potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk pengganti, fenomena inovasi, UKM batik.

Introduction

Dalam buku Elliot (2004) *Batik: Fabled Cloth of Java* berasal dari kata bahasa Jawa, yaitu *hambatik* (membatik) yang berarti menulis atau menggambar bentuk yang serba rumit pada kain dengan menggunakan malam (lilin) dan alat yang bernama canting (Setyanti, 2013). Jadi, batik merupakan suatu teknik pewarnaan kain yang menggunakan malam sebagai penahan masuknya warna sebagian kain ke bagian kain yang lain.

Amubode (2009), dalam literatur internasional menyatakan teknik produksi batik dikenal dengan istilah *wax-resist dyeing*, batik juga diartikan sebagai metode pembuatan bahan pakaian yang mencakup dua hal, yaitu (1) teknik pewarnaan kain dengan menggunakan malam, dan (2) kain atau busana yang dibuat dengan teknik *wax-resist dyeing* dengan motif-motif yang khas.

United Nations Educational Scientific and Culture Organization (UNESCO) pada 2 Oktober 2009 mencanangkan batik sebagai produk *heritage* Indonesia. Sejak itu, industri batik di berbagai daerah di Indonesia berkembang pesat, termasuk di Malang dan Batu. Tidak seperti batik di Yogyakarta, Solo, dan Pekalongan yang memang merupakan daerah yang *icon*-nya batik, batik di Kota Malang dan Batu masih dalam tahap pengembangan dalam hal motif dan warna yang bervariasi.

Penelitian batik Malang dilakukan di UKM Batik Tulis Celaket yang didirikan oleh pasangan suami istri, A. Hanan Jalil dan Ira Hartanti pada tahun 2002. Dahulu, di Kampung Celaket terdapat sebuah sentra batik, namun tenggelam pada tahun 1970-an seiring menurunnya peminat. Usaha ini didirikan untuk melestarikan budaya batik yang sudah mulai ditinggalkan oleh warga sekitar. Penelitian juga dilakukan di Batu dengan fokus kepada UKM Batik Tulis Tradisional Raden Wijaya yang didirikan oleh Lina Santoso pada tahun 1990. Usaha ini didirikan untuk melestarikan budaya batik tulis. Seiring perkembangan zaman, budaya batik tulis mulai ditinggalkan oleh beberapa pengusaha batik dan beralih ke teknik membatik yang lain. Namun, Batik Raden Wijaya dapat terus bertahan di tengah lingkungan yang dinamis.

Perubahan lingkungan yang sangat cepat mengakibatkan tingginya dinamika lingkungan yang menimbulkan ketidakpastian lingkungan yang dihadapi suatu organisasi, begitu pula yang dihadapi oleh UKM Batik Tulis Celaket dan Batik Tulis Raden Wijaya. Potensi masuknya pesaing baru dalam

dunia batik mengancam keberadaan usaha batik yang telah ada sebelumnya. Pesaing baru kadang masuk ke industri dengan batik yang berkualitas lebih tinggi, harga lebih rendah, dan sumber daya yang substansial, terlepas dari banyaknya hambatan bagi masuknya pesaing baru.

Selain itu, potensi pengembangan produk pengganti untuk batik semakin meningkat, contohnya batik tulis dan batik cap yang prosesnya menggunakan malam bersaing ketat dengan batik *print* dan batik *celup* yang proses lebih cepat dan tanpa menggunakan malam seperti pada umumnya batik yang kita kenal. Namun, terjadi perdebatan bagi pecinta batik yang menganggap bahwa kemunculan batik *print* dan batik celup tidak dapat dikatakan produk batik, misalnya batik *print* diartikan sebagai sebuah kain yang bermotif batik, tetapi bukan batik. Akan tetapi, keberadaan produk pengganti batik ini cukup meresahkan pelaku UKM batik tradisional.

Penelitian ini menggunakan studi kualitatif untuk mengungkapkan hubungan lingkungan industri yang berfokus pada dua, yaitu potensi masuknya pesaing baru dan potensi pengembangan produk pengganti batik, kemudian penelitian ini akan diarahkan terhadap penemuan yang lebih lanjut dengan menjabarkan suatu konsep, mengembangkan model, dan preposisi. Studi kualitatif menghasilkan deskripsi dan analisis tentang kegiatan atau proses lingkungan industri, seperti proses perolehan bahan baku dari pemasok, penjualan produk kepada konsumen, serta proses persaingan yang terjadi pada suatu ruang lingkup usaha. Kajian penelitian tentang lingkungan industri batik yang dianalisis bersifat naturalistik dengan melihat situasi atau fenomena nyata yang terus berubah secara alamiah, khususnya fenomena inovasi pada batik baik dari segi teknik pembuatan, maupun dari segi motif yang digunakan.

Pengembangan Batik Malang dan Batik Batu

Sejak dicanangkan sebagai produk warisan budaya oleh *United Nations Educational Scientific and Culture Organization* (UNESCO) pada 2 Oktober 2009, industri batik di berbagai daerah di Indonesia berkembang pesat, termasuk di Malang dan Batu. Tidak seperti batik di Yogyakarta, Solo, dan Pekalongan yang memang merupakan daerah yang *icon*-nya batik, batik di Kota Malang dan Batu masih dalam tahap pengembangan. Batik di Malang dan Batu tidak terlepas dari pengaruh batik pedalaman dan batik pesisiran, namun tetap memiliki ciri khas batik masing-masing. Ciri khas batik Malang terdiri atas tiga komponen, yaitu (1) komponen dasar (tanahan), (2) motif pokok (hias isian), dan (3) motif hias untuk *tumpal* atau motif pinggiran dengan *isen-isen*. Beberapa motif batik Malang terinspirasi dari relief Candi Mendut Malang yang merupakan peninggalan Kerajaan Kanjuruhan, sedangkan beberapa motif lain bercorak simbol Kota Malang, seperti Tugu Malang, “Singo Edan”, dan simbol-simbol lain, seperti bunga dan buah. Di sisi lain, motif batik Batu didominasi oleh motif buah, seperti apel dan *strawberry*, motif sayuran, motif sapi, serta motif *wheel* yang merupakan karakteristik dari daerah tersebut. Akan tetapi, penggalian motif batik Malang dan Batu masih terus diusahakan oleh pemerintah setempat dengan organisasi-organisasi terkait. Kegiatan ini dilakukan karena batik merupakan salah satu seni yang dapat meningkatkan devisa negara melalui revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bersifat industri kreatif.

Pengembangan batik di Malang dan Batu dinilai sebagai sesuatu yang positif dan tindakan yang “berani” untuk menghasilkan batik khas daerah sendiri, namun perkembangan ini menghadapi berbagai tantangan, seperti bagaimana menghapus *image* batik yang umumnya dikenal hanya batik Yogyakarta, Solo, dan Pekalongan; bagaimana mengenalkan batik khas Malang dan Batu kepada masyarakat; bagaimana memperoleh pasokan alat dan bahan baku batik, serta bagaimana menghadapi persaingan dengan usaha sejenis. Rangkaian tantangan pengembangan UKM batik di Malang dan Batu menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku UKM batik di kedua wilayah tersebut untuk mempertahankan usahanya. Terdapat beberapa usaha kecil kerajinan batik di Kota Malang dan Batu yang ditampilkan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1.
Data UKM Batik di Kota Malang dan Batu

No.	Nama Usaha Batik	Kecamatan	Kelurahan
1.	Batik Celup Balearjosari	Blimbing	Balearjosari
2.	Kampung Batik Tulis	Sukun	Bandungrejosari
3.	Batik Tulis Celaket	Lowokwaru	Samaan
4.	Butik Olive Batik	Batu	Sisir
5.	Batik Tulis Tradisional Raden Wijaya	Bumiaji	Pandanrejo

Sumber: Data diolah, 2017

Penelitian batik Malang dilakukan di UKM Batik Tulis Celaket yang didirikan oleh pasangan suami istri, A. Hanan Jalil dan Ira Hartanti, pada tahun 2002. Dahulu, di Kampung Celaket terdapat sebuah sentra batik, namun tenggelam pada tahun 1970-an seiring menurunnya peminat batik. Usaha ini didirikan untuk melestarikan budaya batik yang sudah mulai ditinggalkan oleh warga sekitar. Penelitian juga dilakukan di Batu tepatnya di UKM Batik Tulis Tradisional Raden Wijaya yang didirikan oleh Lina Santoso pada tahun 1990. Usaha ini didirikan untuk melestarikan budaya batik tulis. Seiring perkembangan zaman, budaya batik tulis mulai ditinggalkan oleh beberapa pengusaha batik dan beralih ke teknik membatik yang lain. Namun, Batik Raden Wijaya dapat terus bertahan di tengah lingkungan yang dinamis.

Peran Lingkungan Industri dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Batik

Perubahan lingkungan yang sangat cepat mengakibatkan tingginya dinamika lingkungan yang menimbulkan ketidakpastian lingkungan yang dihadapi suatu organisasi. Lingkungan organisasi terdiri dari dua, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal terbagi menjadi dua bagian, yaitu lingkungan umum dan lingkungan tugas atau disebut dengan lingkungan industri. Lingkungan industri dinilai secara langsung dapat memberikan pengaruh yang signifikan untuk mencapai tujuan usaha (Pearce and Robinson, 2003). Aspek lingkungan industri lebih mengarah pada aspek persaingan di antara suatu perusahaan penghasil produk yang sejenis dalam suatu area atau wilayah tertentu, misalnya lingkungan industri batik untuk produsen batik di Malang, yaitu batik celaket, batik celup, batik sukun, serta lingkungan industri batik untuk produsen batik di Batu, yaitu batik Raden Wijaya dan batik Olive. UKM batik yang bisa bertahan dalam persaingan harus mampu mengungkap dimensi-dimensi lingkungan industri, yaitu hal-hal yang harus dapat diperhatikan dalam kepentingan persaingan bisnis, yaitu

- *Potensi masuknya pesaing baru.*

Terdapat berbagai teknik membatik yang telah berkembang di Kota Malang, misalnya batik cor dan batik celup. Batik cor merupakan batik khas UKM Batik Celaket yang proses membatiknya dilakukan dengan cara menuangkan malam yang telah dicairkan ke atas sehelai kain. Adapun batik celup merupakan jenis membatik yang mulai berkembang di kota Malang. Pemberian motif pada batik celup atau batik ikat (*juput*) dilakukan dengan mengikat kain sedemikian rupa untuk membentuk motif saat kain dicelupkan pada bahan pewarna. Keberadaan batik cor dan batik celup di dunia batik menimbulkan pro dan kontra tentang

makna batik sesungguhnya seperti yang dinyatakan oleh pemilik UKM Batik Tradisional Raden Wijaya:

“Ya...batik cor itu kan cuman malam yang dicairkan dan dituangkan begini (sambil mempraktikkan cara menuang) ke kain,kok kayak gimana gitu ya, gak ditulis kayak batik tulis.”

Ada pun perajin batik Celaket menyatakan pendapatnya tentang batik celup

“Kalo batik celup itu namanya juput, itu kayaknya apa ya...kayak sarung bali, warnanya itu biru tua nanti yang diikat-ikat itu warnanya biru muda warna sembur-sembur gitu...kayak pelangi-pelangi...itu bukan batik cuman yaa modelnya dicelup....”

“Kalo batik itu gak pake soda karena kalo batik itu ya tetap harus pake malam ato lilin yang kayak gini (sambil memperlihatkan malam).”

- *Potensi pengembangan produk-produk pengganti*

Produk pengganti merupakan hal penting yang dikhawatirkan pada setiap industri karena permintaan pasar yang bersifat tentatif. Kebutuhan konsumen yang terus berganti membawa ancaman bagi proses bisnis atau usaha, begitu pula dengan usaha batik sejak munculnya batik *print*. Produk tiruan untuk batik dikenal dengan istilah batik *printing* yang saat ini membanjiri pasar batik Indonesia. Melalui penguasaan teknologi, proses batik *printing* sama dengan proses sablon yang pengerjaannya menggunakan mesin cetak (*print*) sehingga dapat memproduksi batik dalam jumlah yang banyak, waktu yang singkat, dan dengan biaya produksi yang rendah. Batik *printing* sebenarnya tidak tepat disebut batik karena dalam prosesnya tidak menggunakan malam, tetapi hanya mencetak motif batik dengan bantuan mesin pada selembar kain. Oleh karena itu, beberapa seniman dan perajin batik lebih suka menyebutnya sebagai kain bermotif batik. Berikut pernyataan pemilik UKM Batik Tradisional Raden Wijaya tentang batik *print*

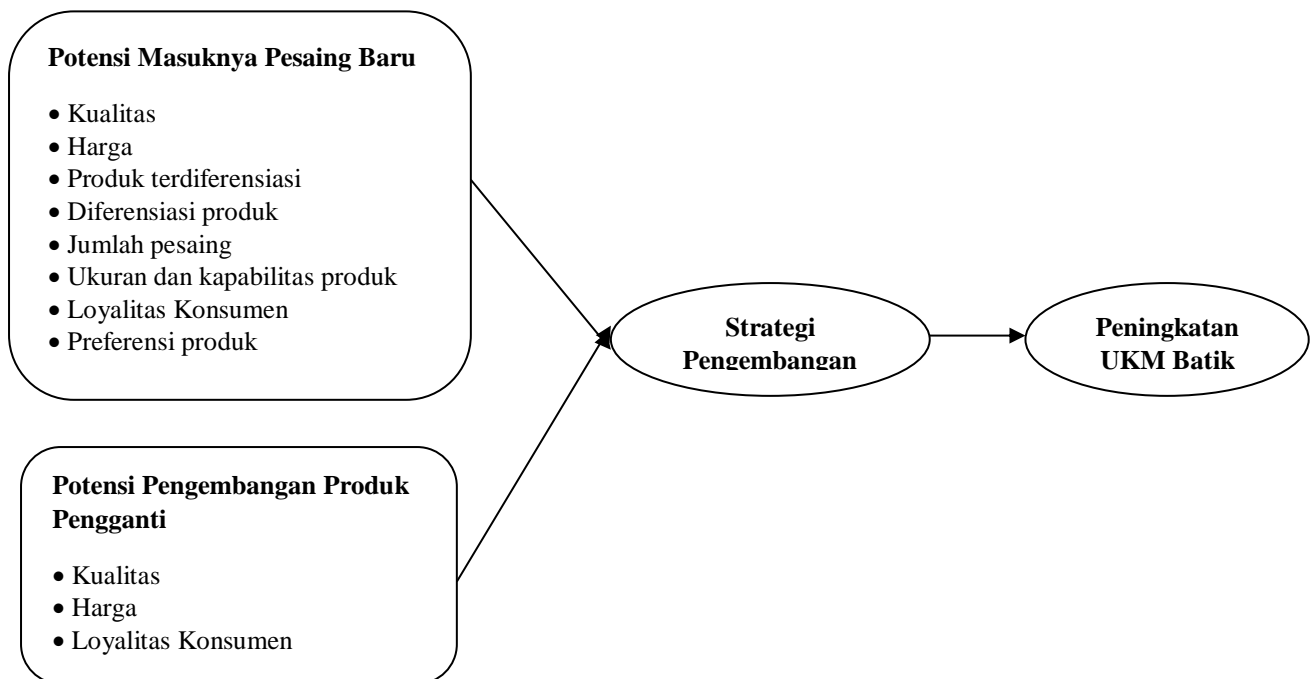
“Kalo kami tetap bertahan dengan apa...mmm cara tradisional supaya tetap melestarikan budaya batik tulis karena kalo untuk sudah dicap di-print itu sudah...print itu hanya apa itu, kalo print itu motif aja karena semua yang dikerjakan dengan pake malam, dengan pake pewarna itu memang harus yang tulis...”

Dari pernyataan tersebut, diketahui bahwa batik yang menggunakan malam hanya dikerjakan dengan teknik tulis yang menggunakan canting. Pernyataan tersebut juga mengisyaratkan bahwa batik cap belum dapat dikategorikan sebagai batik yang sesungguhnya karena prosesnya yang menggunakan alat cap walaupun tetap menggunakan malam.

Prototipe Analisis Lingkungan Industri Usaha Batik

Berdasarkan penjelasan secara naratif mengenai esensi analisis lingkungan industri, diperoleh makna pengalaman informan yang secara keseluruhan dirangkum dalam sebuah model prototipe. Model prototipe yang disajikan pada gambar 1 menunjukkan bahwa daya tawar konsumen dibangun dari kualitas, harga, informasi produk, produk diferensiasi, dan selera konsumen. Ada pun daya tawar pemasok dibangun dari jumlah pemasok, biaya bahan baku, dan kerja sama. Sementara itu, persaingan yang terbagi atas persaingan antarusaha saingan, potensi masuknya pesaing baru, dan potensi pengembangan produk-produk pengganti dibangun dari kualitas, harga, produk terdiferensiasi,

diferensiasi produk, jumlah pesaing, ukuran dan kapabilitas produk, loyalitas konsumen, dan preferensi produk. Seluruh aspek analisis lingkungan industri dan faktor-faktor yang membentuknya menjadi acuan penetapan strategi pengembangan bagi peningkatan UKM Batik.



Prototipe Model Analisis Potensi Masuknya Pesaing Baru dan Potensi Pengembangan Produk Baru UKM Batik

Sumber : Data primer, 2017 (diolah)

Proposisi Penelitian

Proposisi adalah pernyataan tentang sifat dari realita yang dapat diuji kebenarannya. Proposisi merupakan kalimat logika yang menyatakan hubungan kesenjangan antara konsep penelitian dan temuan penelitian.

Berdasarkan tema-tema yang sesuai dari deskripsi narasi yang kemudian dirangkum dalam sebuah model prototipe, diketahui bahwa faktor kualitas, harga, produk terdiferensiasi, diferensiasi produk, jumlah pesaing, ukuran dan kapabilitas produk, loyalitas konsumen, dan preferensi produk dalam potensi masuknya pesaing baru pada industri batik membentuk proposisi minor sebagai berikut

Proposisi Minor

“ Kualitas, harga, produk terdiferensiasi, diferensiasi produk, jumlah pesaing, ukuran dan kapabilitas produk, loyalitas konsumen, dan preferensi produk mendorong usaha batik membentuk strategi pengembangan terhadap peningkatan UKM batik”.

Berdasarkan tema-tema yang sesuai dari deskripsi narasi yang kemudian dirangkum dalam sebuah model prototipe, diketahui bahwa faktor kualitas, harga, loyalitas konsumen dalam potensi pengembangan produk pengganti pada industri batik membentuk proposisi minor sebagai berikut

Proposisi Minor

“ Kualitas, harga, loyalitas konsumen mendorong usaha batik membentuk strategi pengembangan terhadap peningkatan UKM batik”.

Dalam penelitian ini terbentuk proposisi mayor sesuai dengan proposisi minor yang terbentuk sebelumnya tentang analisis lingkungan industri yang berfokus pada potensi masuknya pesaing baru dan potensi pengembangan produk pengganti pada UKM batik sebagai berikut

Proposisi Mayor

“Potensi masuknya pesaing baru dan potensi pengembangan produk pengganti mendorong pelaku usaha batik membentuk strategi pengembangan terhadap peningkatan UKM batik ”.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, Lina. 2012. *Manajemen dan Inovasi*. <http://mhs.blog.ui.ac.id/lina.afriana/2012/06/05/manajemen-dan-inovasi/>. 19 Mei 2014.
- Ahmed.1998.Culture and Climate for Innovation.European,*Journal of Innovation Management*. Vol.1 Iss: 1, pp.30- 43.
- Amalia, A., Hidayat, W., Budiatmo, A. 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Amubode, Adetoun, A. 2009. EVIPI”: Innovation Stimulant in Niche Market for Renaissance of Resist Dyeing Industries. *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 13 No. 2.
- Analovi,F. & Karami, A. 2003. *Strategic Management In Small and Medium Enterprises*. First Edition.Thomson Learning. TJ International.
- Antarnews. 2013. *Batik Berpewarna Alami yang Dicari Konsumen Asing*. *Antarnews* ,11 Maret 2013.
- Ardiana, Brahmayanti, dan Subaedi. 2013. Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.12 No.1, pp.42-55.
- Atuahene,Gima K.1996.Market Orientation and Innovation, *Journal of Business Research*. 35:93-103.
- Ceramy, Joseph R. 2009. Research in Organizational Design : The Capacity for Innovation in Large, Complex Organizations, *The Innovation Journal*.
- Creswell, John. 2010. *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches*, Sage Publication, California, USA.
- Daft, Richard L. 2006. *Management*. Buku 1 Edisi 6. Editor Resthi Widyaningrum. Jakarta : Salemba Empat.
- Damanpour. 1988. Innovation Type, Radicalness, and The Adoption Process. *Communication Research*. 15, 545-67. (En Wolfe, R. A., 1994).
- David,Fred R. 2011.*Manajemen Strategis Konsep*. Buku 1 Edisi 12. Editor Palupi Wuriati. Jakarta : Salemba Empat.
- Fatonah, Siti. 2010. *Pengaruh Bauran Pemasaran, dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Batik di Surakarta*. Doktor Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana Untag, Surabaya.
- Gana,Frans. 2011. *Kreasi Pengetahuan, Inovasi dan Daya saing Bisnis*, Cetakan Pertama. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
- Ghony, M. Djunaidi & Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hasan, Tholchah. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif : Tinjauan Teoretis dan Praktis*, Cetakan Kedua Juli 2003. Edisi Revisi. Editor Masykuri Bakri Lembaga Penelitian Universitas Islam Malang, Visipress.

- Hilmi, Mohd Faiz, T. Ramayah dan Yanti Mustapha. 2010. Product and Process Innovativeness, Vol.16,No.4, 547-555.
- Joewono, Handito. 2011. *The 5 Arrows of New Marketing*. Cetakan 1. Editor Nini Tanjung. Jakarta : Arrbey.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2012. *Batik Harus Makin Inovatif*. Website:<http://www.depkop.go.id>. 23 Januari 2014.
- Kusmiyati. 2010. *Batik dalam Persaingan: Kompetisi Bisnis Batik Buatan Lokal Dengan Batik Buatan China*. <http://www.google.com>. Februari 2014.
- Kumalasari, Y.Y.,Suryono,A.,Rozikin,M. Pembinaan dan Pemberdayaan Pengrajin Batik (Studi di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoarjo dan Industri Kecil Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Publik*, (JAP), Vol. 2, No. 1, Hlm. 66-70.
- Lucas and Farrell. 2000. The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239-247.
- Michael, Q.Patton. 2001. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Three Ed.
- Miller, Campbell, Littrell & Travnick. 2005. Instrument Development and Evaluation for Measuring USA Apparel Product Design Attributes. *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 9 No. 1.
- Muhaimin,Yahya.1971. *Teori Batik (Pengertian Batik)*. <http://www.google.com>. Februari 2014.
- Neira, C.O., Lindman, M.T.,Fernandez, M.J. 2009. Innovation and Performance in SME Furniture Industries: An International Comparative Case Study,*Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 27 No. 2,pp. 216-232.
- Novandari, Weni. 2013. Pemetaan dan Analisis Kompetensi Inti UKM Batik di Kabupaten Purbalingga dengan Pendekatan Value Chain. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.12. No.1. FE Unsoed, Purwokerto.
- Nurseto, Tejo. 2004. Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol.1 No.1.
- O'Dwyer M., Gilmore A., and Carson D.2009. Innovative Marketing in SMEs : Commentary, *European Journal of Marketing*, Vol.43 No. 1 / 2, pp. 46 – 61.
- Okezone Economy .2013. *Importasi Batik Printing China Capai Rp 43 M*. Okezone,18 Mei 2013.
- O'Regan, N. and Ghobadian, A. 2005. Innovation in SMEs: The Impact of Strategic Orientation and Environmental Perceptions. *International Journal of Productivity and Performance Management*. Vol. 54 No. 2, pp. 81-97.
- Pearce, John A. And Robinson, Richard Braden Jr. 2003. *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*, Eight Edition,McGraw-Hill.
- Pekalongan Kota. 2013. *Ekspor Batik Indonesia Rp 3 triliun*. *Pekalongan Kota*, 8 Oktober.2013.
- Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Buku Panduan Tesis dan Disertasi*. 2011. Universitas Brawijaya ,Malang.
- Rademakers, Martin. 2005. Corporate Universities: Driving Force of Knowledge Innovation. *The Journal Workplace Learning*. Vol.17 Bo.2 130-136.
- Rofiaty.2010. *Pengaruh Kondisi Lingkungan, Perilaku Berbagi Pengetahuan, dan Proses Perencanaan Strategis terhadap Inovasi dan Kinerja* (Studi Pada UKM Sentra Kerajinan Kulit di Jawa Timur), Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen, Tidak Dipublikasikan, PPSUB, Malang .

- Salam, Muslim. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif : Menggugat Doktrin Kuantitatif*. Makassar : Mesagena Press.
- Salavou, H. 2005. Do Customer and Technology Orientations Influence Product Innovativeness in SMEs? Some New Evidence From Greece, *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, pp. 307-38.
- Samsir. 2012. *Pengaruh Lingkungan Industri Inovasi dan Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja Usaha* (Studi Pada Industri Kecil Tenun Songket Riau Di Provinsi Riau), Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.
- Santoso, Agus. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus di UKM Kambing Desa Cikarawang, Kecamatan Darmaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat), Program Studi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Setyaningrum, Mami. 2012. *Batik*. marsharamadhanibiancaprasetyoblogspot.com 20 Mei 2014.
- Setyanti, Sri Wahyu L.H. 2013. *Peran Inovasi Dalam Memediasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Berbagi Pengetahuan terhadap Kinerja Bisnis* (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Jawa Timur, Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Brawijaya, Malang. Dipublikasikan.
- Situmorang, Satriani. 2012. *Analisis Keputusan Pembelian dan Preferensi Konsumen Batik Bogor Tradisiku*, Institut Pertanian Bogor. <http://repository.ipb.ac.id>, Februari 2014.
- Soesilo, Albertus M. 2008. *Batik Laweyan : Sebuah Usaha Unggulan Lokal Pada Masa Jayanya Menjadi Usaha Marginal Secara Ekonomi Saat Ini* (Pendekatan Holistik Kualitatif Tentang Studi Kegagalan Usaha Pribumi di Lokasi Tertentu), Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Brawijaya, Malang.
- Strauss, Anselm & Corbin, Juliet M. 2003. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*.
- Suendro, Ginandjar. 2010. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Februari, 2014. www.eprints.undip.ac.id/24073/1/GINANJAR_SUENDRO-01.pdf.
- Syukron, Amin. 2014. *Pengantar Manajemen Industri*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Tambunan, Tulus. 2009. Export-Oriented Small and Medium Industry Clusters in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* Vol. 3 No. 1
- Tempo Bisnis. 2011. *Ekspor Batik Ditargetkan Tumbuh 20 Persen*. *Tempo*, 28 September 2011.
- Tirtaamidjaja, Nurjiswan. 2012. *Fenomena Batik Indonesia*. batik-tusta.blogspot.com. September 2014.
- Weerawardena, J. 2003. Exploring the Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy, *European Journal of Marketing*, Vol. 37 No. 3/4, pp. 407-29.
- Wibisono, Agus. 2011. *Management Innovation*. <http://www.google.com>. Januari 2014.
- Zakiyudin, Ais. 2013. *Teori dan Praktik Manajemen* (Sebuah Konsep yang Aplikatif Disertai Profil Wirausaha Sukses). Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Zhang, B., dan Tao, Q. 2012. Research of SME's Technology Innovation Model From Multiple Perspectives. *Chinese Management Studie*. Vol. 6 No. 1, pp. 124-136.